BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana Digital Banking Experience dan Sharia Compliance Perception memengaruhi Kepuasan Nasabah, serta bagaimana pada akhirnya kedua hal tersebut, baik secara langsung maupun lewat Kepuasan Nasabah, membentuk Loyalitas Nasabah BSI Kota Padang yang menggunakan aplikasi BYOND by BSI. Berdasarkan hasil pengolahan data terhadap 155 responden dengan PLS-SEM yang telah dipaparkan pada Bab IV, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Digital Banking Experience dan Sharia Compliance Perception sama-sama berperan penting dalam membentuk Kepuasan Nasabah BSI, meskipun dengan kekuatan pengaruh yang berbeda. Semakin baik pengalaman nasabah dalam menggunakan aplikasi BYOND, mulai dari kemudahan pemakaian, keandalan sistem, hingga keamanan transaksi, semakin tinggi pula kepuasan yang mereka rasakan. Namun demikian, keyakinan nasabah terhadap kepatuhan syariah BSI justru memberikan pengaruh yang sedikit lebih besar dibandingkan kecanggihan aplikasi digitalnya, yang menunjukkan bahwa aspek syariah menjadi pertimbangan yang lebih mendasar bagi nasabah dalam membentuk rasa puas mereka.

Pada jalur menuju Loyalitas Nasabah, ditemukan pola yang berbeda antara kedua variabel tersebut. Pengalaman digital yang baik ternyata belum cukup untuk secara langsung membuat nasabah loyal; pengaruhnya baru terasa

UIN IMAM BONJOL PADANG

setelah lebih dulu diterjemahkan menjadi kepuasan, sehingga Kepuasan Nasabah berperan sebagai mediator penuh (full mediation) dalam hubungan antara Digital Banking Experience dan Loyalitas Nasabah. Sebaliknya, Sharia Compliance Perception terbukti mampu mendorong loyalitas baik secara langsung maupun melalui kepuasan, menjadikannya jalur pengaruh langsung yang paling kuat dalam model penelitian ini, sekaligus dimediasi secara sebagian (partial mediation) oleh Kepuasan Nasabah. Kepuasan Nasabah sendiri juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, memperkuat kedudukannya sebagai penghubung utama antara pengalaman dan keyakinan nasabah dengan keputusan mereka untuk tetap loyal kepada BSI.

Berdasarkan keseluruhan hasil pengujian, dapat dipahami bahwa loyalitas nasabah BSI Kota Padang terbentuk melalui proses yang berbeda pada masing-masing variabel. Digital Banking Experience lebih dahulu berperan dalam membentuk Kepuasan Nasabah, kemudian kepuasan tersebut menjadi jalur yang menghubungkan pengalaman digital dengan loyalitas. Sementara itu, Sharia Compliance Perception memiliki pengaruh yang lebih luas karena mampu memengaruhi kepuasan dan loyalitas, baik secara langsung maupun melalui kepuasan. Dengan demikian, loyalitas nasabah dalam penelitian ini tidak hanya berkaitan dengan kualitas teknologi yang digunakan, tetapi juga dengan keyakinan nasabah terhadap kesesuaian layanan BSI dengan prinsip syariah.

UIN IMAM BONJOL PADANG

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Kepuasan Nasabah memiliki posisi penting dalam menjembatani hubungan antara variabel independen dengan Loyalitas Nasabah. Hal ini terlihat dari diterimanya kedua hipotesis mediasi, yaitu H6 dan H7. Kepuasan menjadi proses yang menghubungkan pengalaman yang diterima nasabah dengan keputusan mereka untuk mempertahankan hubungan dengan BSI. Oleh sebab itu, upaya meningkatkan loyalitas nasabah tidak cukup hanya dengan memperbaiki salah satu aspek pelayanan, tetapi perlu diarahkan pada bagaimana keseluruhan pengalaman nasabah dapat menghasilkan kepuasan yang berkelanjutan.

Dengan demikian, secara keseluruhan penelitian ini menunjukkan bahwa Digital Banking Experience dan Sharia Compliance Perception sama-sama memiliki peranan dalam membentuk perilaku nasabah BSI Kota Padang, tetapi melalui mekanisme yang berbeda. Digital Banking Experience berperan dalam membentuk kepuasan dan selanjutnya memengaruhi loyalitas melalui kepuasan tersebut. Sementara itu, Sharia Compliance Perception memiliki pengaruh terhadap kepuasan sekaligus loyalitas, baik secara langsung maupun tidak langsung. Hasil tersebut memberikan gambaran bahwa dalam konteks perbankan syariah, aspek layanan digital dan aspek kepatuhan syariah perlu diperhatikan secara bersama-sama dalam memahami kepuasan dan loyalitas nasabah.

Berdasarkan keseluruhan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Nasabah merupakan salah satu unsur penting dalam membangun Loyalitas Nasabah BSI Kota Padang, sedangkan Digital Banking Experience

UIN IMAM BONJOL PADANG

dan Sharia Compliance Perception menjadi faktor yang berperan dalam proses tersebut. Penelitian ini pada akhirnya memperlihatkan bahwa layanan digital yang mampu memenuhi kebutuhan nasabah, disertai dengan keyakinan bahwa kegiatan perbankan dijalankan sesuai prinsip syariah, dapat membentuk pengalaman yang lebih positif bagi nasabah. Pengalaman dan keyakinan tersebut kemudian berhubungan dengan kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap BSI.

B. Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasilnya. Pertama, dari sisi pengambilan sampel, responden dengan teknik purposive sampling melalui kuesioner daring yang disebarkan lewat media sosial dan grup-grup tertentu, sehingga hasil penelitian ini belum tentu dapat digeneralisasi untuk seluruh nasabah BSI pengguna aplikasi BYOND, khususnya mereka yang tidak aktif di platform digital tersebut. Kedua, penelitian ini hanya dilakukan pada nasabah BSI di Kota Padang dan menggunakan desain cross-sectional, yaitu pengambilan data pada satu titik waktu saja, sehingga belum dapat menangkap dinamika kepuasan dan loyalitas nasabah yang mungkin berubah seiring waktu.

Dari sisi pengukuran, hasil uji validitas konvergen menunjukkan bahwa nilai Average Variance Extracted (AVE) pada tiga dari empat konstruk penelitian, yaitu Digital Banking Experience, Sharia Compliance Perception, dan Loyalitas Nasabah, masih berada sedikit di bawah ambang ideal 0,50. Kondisi ini diduga terjadi karena ketiga konstruk tersebut

UIN IMAM BONJOL PADANG

dibangun dari jumlah indikator yang cukup banyak, sehingga varians yang dapat dijelaskan oleh masing-masing konstruk menjadi lebih terpecah ke banyak indikator. Selain itu, hasil uji validitas diskriminan melalui kriteria Fornell-Larcker dan rasio Heterotrait-Monotrait (HTMT) belum sepenuhnya terpenuhi, dengan nilai HTMT antar konstruk yang seluruhnya berada di atas 0,90. Penulis menduga hal ini terjadi karena keempat konstruk penelitian secara konseptual memang saling berkaitan sangat erat di benak nasabah bank syariah, sehingga nasabah yang menilai positif satu aspek cenderung juga menilai positif aspek lainnya (halo effect), yang membuat batas antar konstruk menjadi kurang tegas secara statistik. Keterbatasan-keterbatasan ini terbuka untuk disempurnakan pada penelitian selanjutnya, sebagaimana diuraikan lebih lanjut pada bagian saran.

C. Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, BSI Kota Padang disarankan untuk tidak hanya mengandalkan kecanggihan aplikasi BYOND dalam upaya mempertahankan loyalitas nasabah, tetapi juga terus menjaga sekaligus mengomunikasikan kepatuhan syariahnya secara konsisten, mengingat variabel inilah yang terbukti paling dominan dalam membentuk kepuasan maupun loyalitas nasabah pada penelitian ini. Secara khusus, BSI perlu memberi perhatian lebih pada aspek kebebasan dari riba (indikator X2.2), yang pada Bab IV tercatat sebagai indikator dengan skor terendah pada variabel Sharia Compliance Perception, misalnya lewat edukasi yang lebih transparan mengenai akad dan mekanisme bagi hasil produk-produknya.

UIN IMAM BONJOL PADANG

Selain itu, meskipun pengaruh Digital Banking Experience terhadap loyalitas hanya bekerja secara tidak langsung lewat kepuasan, BSI tetap perlu memperbaiki sisi kemudahan penggunaan aplikasi BYOND (indikator X1.3), yang pada penelitian ini menjadi indikator dengan skor terendah pada variabel tersebut. Perbaikan pada antarmuka aplikasi maupun proses transaksi yang lebih sederhana berpotensi meningkatkan kepuasan nasabah, yang pada gilirannya akan ikut mendorong loyalitas mereka.

Mengingat adanya keterbatasan pada validitas diskriminan dan nilai AVE beberapa konstruk, peneliti selanjutnya disarankan untuk meninjau ulang dan menyederhanakan indikator penelitian, khususnya pada variabel Digital Banking Experience dan Loyalitas Nasabah yang memiliki jumlah item cukup banyak, agar batas antarkonstruk menjadi lebih tegas dan mudah dibedakan secara statistik.

Peneliti selanjutnya juga disarankan memperluas cakupan wilayah penelitian di luar Kota Padang, menambah jumlah sampel, serta mempertimbangkan pendekatan longitudinal agar dinamika kepuasan dan loyalitas nasabah dari waktu ke waktu dapat tertangkap dengan lebih baik. Selain itu, penambahan variabel lain di luar model penelitian ini, seperti kepercayaan nasabah, citra merek, atau kualitas promosi, juga dapat dipertimbangkan untuk memperkaya pemahaman mengenai faktor-faktor yang membentuk loyalitas nasabah bank syariah secara lebih menyeluruh.

UIN IMAM BONJOL PADANG

DAFTAR PUSTAKA

Ahmed, S., Mohiuddin, M., Rahman, M., Tarique, K. M., & Azim, M. 2022. "The Impact of Islamic Shariah Compliance on Customer Satisfaction in Islamic Banking Services: Mediating Role of Service Quality." *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 13, No. 9.

Alfarizi, Muhammad. 2023. "Interaction of Customer Satisfaction and Digital Service Retention: Evidence of PLS from Indonesian Islamic Banking." *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, Vol. 8, No. 1.

Alifandi, T., & Fasa, M. I. 2024. "Analisis Pengaruh Digitalisasi Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Penggunaan Bank BSI di Bandar Lampung." *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 3, No. 1.

Al-Slehat, Z. A. F. 2021. "Determining the Effect of Banking Service Quality on Customer Loyalty Using Customer Satisfaction as a Mediating Variable: An Applied Study on the Jordanian Commercial Banking Sector." *International Journal of Business and Management*, Vol. 16, No. 6.

Ardhanari, M., & Viphindrartin, S. 2022. "Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia." *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, Vol. 23, No. 1.

Bank Indonesia. 2011. *Peraturan Bank Indonesia Nomor 13/2/PBI/2011 tentang Pelaksanaan Fungsi Kepatuhan Bank Umum*. Jakarta: Bank Indonesia.

Bank Syariah Indonesia. 2024. *Laporan Tahunan BSI 2023*. Jakarta: PT Bank Syariah Indonesia Tbk.

Bank Syariah Indonesia (BSI). 2026. *Laporan Tahunan BSI 2025*. Jakarta: PT Bank Syariah Indonesia Tbk.

Bank Syariah Indonesia (BSI). 2026. "BSI Mobile dan BYOND by BSI." Ulasan pengguna pada Google Play Store, diakses Januari 2026.

UIN IMAM BONJOL PADANG

Bhattacherjee, A. 2001. "Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model." *MIS Quarterly*, Vol. 25, No. 3.

Bintang, R. A., Simanjuntak, R. R., & Zein, A. W. 2026. "Pengaruh Digital Banking terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 15, No. 1.

Chantena, D. R., & Wulandari, N. 2023. "Pengaruh Digital Banking, Customer Experience terhadap Financial Performance (Studi Kasus Bank Central Asia)." *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 11, No. 2.

Cohen, J. 1988. *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. 2nd Edition. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Creswell, J. W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th Edition. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Davis, F. D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly*, Vol. 13, No. 3.

Dick, A. S., & Basu, K. 1994. "Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework." *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 22, No. 2.

Dewan Syariah Nasional–Majelis Ulama Indonesia. 2000. *Fatwa DSN-MUI Nomor 01/DSN-MUI/IV/2000 tentang Giro*. Jakarta: MUI.

Dewan Syariah Nasional–Majelis Ulama Indonesia. 2000. *Fatwa DSN-MUI Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan*. Jakarta: MUI.

Fornell, C., & Larcker, D. F. 1981. "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error." *Journal of Marketing Research*, Vol. 18, No. 1.

UIN IMAM BONJOL PADANG

Ghozali, I., & Latan, H. 2015. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Griffin, J. 2002. *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. San Francisco: Jossey-Bass.

Google Play Store. 2023. *Ulasan Aplikasi BSI Mobile*. Diakses Desember 2023. https://play.google.com/store/apps/details?id=com.bsi.mobile.

Hair, J. F., Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. 2022. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM).* 3rd Edition. Thousand Oaks: Sage Publications.

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. 2019. "When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM." *European Business Review*, Vol. 31, No. 1.

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. 2015. "A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling." *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 43, No. 1.

Islamic Financial Services Board. 2023. *Islamic Financial Services Industry Stability Report 2023*. Kuala Lumpur: Islamic Financial Services Board.

Junaedi, A. T. 2025. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keadilan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi pada Nasabah Bank Syariah di Propinsi Riau)." *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 10, No. 1.

Kline, R. B. 2016. *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. 4th Edition. New York: The Guilford Press.

Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management*. 15th Edition. New Jersey: Pearson Education.

UIN IMAM BONJOL PADANG

Masitoh, N., Rosidah, E., & Kurniawati, A. 2023. "Pengaruh Layanan Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, Vol. 2, No. 2.

McKinsey & Company. 2023. "Global Banking Annual Review 2023: The Tide Has Turned." *McKinsey Global Institute*.

Nurjannah, A., Junaidi, H., & Maulana, C. Z. 2023. "Pengaruh Shariah Compliance dan Spiritual Marketing terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palembang Sudirman." *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, Vol. 6, No. 2.

Oliver, R. L. 1980. "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions." *Journal of Marketing Research*, Vol. 17, No. 4.

Oliver, R. L. 1999. "Whence Consumer Loyalty?" *Journal of Marketing*, Vol. 63 (Special Issue).

Otoritas Jasa Keuangan. 2018. *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum*. Jakarta: OJK.

Otoritas Jasa Keuangan. 2024. *Statistik Perbankan Syariah Indonesia Desember 2023*. Jakarta: OJK.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Provinsi Sumatera Barat. 2025. "Kinerja Perbankan Syariah Sumatera Barat Triwulan IV 2024." Siaran Pers OJK Sumatera Barat, Padang, 10 Februari 2025.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality." *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1.

UIN IMAM BONJOL PADANG

Putry, N. A. C., & Solikhah, F. I. 2026. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Digital Banking dan Program Kredit Usaha Rakyat terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BRI dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, Vol. 15, No. 2.

Sabardin. 2023. "The Influence of Sharia Compliance, Promotion and Reputation of Bank Syariah Indonesia on Customer Loyalty." *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Manajemen (Jakman)*, Vol. 4, No. 4.

Sekaran, U., & Bougie, R. 2016. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 7th Edition. New York: John Wiley & Sons.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Edisi Ke-3. Bandung: Alfabeta.

SWA Research & MARS Indonesia. 2023. *Indonesia Customer Satisfaction Award (ICSA) 2023*. Jakarta: SWA Magazine.

Tjiptono, F., & Chandra, G. 2019. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 5. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Wardayati, S. M. 2011. "Implikasi Shariah Governance Terhadap Reputasi dan Kepercayaan Bank Syariah." *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 19, No. 1.

Widiya, T. N., & Safitri, R. 2022. "Pengaruh Sharia Compliance Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KC Malang Soetta Dimediasi Oleh Layanan Digital Banking." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Vol. 9, No. 3.

Windasari, N. A., Kusumawati, N., Larasati, N., & Amelia, R. P. 2022. "Digital-only Banking Experience: Insights from Gen Y and Gen Z." *Journal of Innovation & Knowledge*, Vol. 7, No. 2, Article 100170.

UIN IMAM BONJOL PADANG

Zouari, G., & Abdelhedi, M. 2021. "Customer Satisfaction in the Digital Era: Evidence from Islamic Banking." *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, Vol. 10, No. 1.

UIN IMAM BONJOL
PADANG